

Datos recientes indican que, en promedio, los niños en Estados Unidos pasan casi tres horas al día viendo televisión. Este “huésped” de nuestros hogares tiene el potencial de moldear significativamente el desarrollo de nuestros hijos. Por este motivo, el Congreso ha determinado que las televisoras, comerciales y no comerciales, tienen la obligación de satisfacer las necesidades educativas e informativas de los niños ofreciendo una programación que responda a las mismas, y limitando la cantidad de comerciales durante los programas infantiles.

Antecedentes

En 1990, el Congreso aprobó la Ley de Televisión Infantil (CTA, por sus siglas en inglés) para incrementar la programación educativa e informativa. La CTA requiere que toda estación de televisión de los Estados Unidos satisfaga las necesidades educativas e informativas de los niños a través de una programación completa, incluyendo una programación especialmente diseñada para satisfacer dichas necesidades (“programación educativa”). También limita el tiempo que las televisoras pueden destinar a comerciales durante los programas infantiles.

La Comisión Federal de Comunicaciones (FCC, por sus siglas en inglés) desarrolló normas para llevar a cabo este mandato.

Conforme a las normas de la FCC, las televisoras deben:

- Informar a los padres y consumidores con anticipación sobre los programas educativos que se transmitan.
- Definir el tipo de programas que califican como programas educativos.
- Transmitir programación educativa por lo menos tres horas semanales.

Programación educativa

La “programación educativa” es aquella especialmente diseñada para satisfacer las necesidades educativas e informativas de los niños de 16 años de edad y menores, y tiene las siguientes características:

- Tiene por lo menos 30 minutos de duración.
- Se transmite entre las 7:00 a.m. y 10:00 p.m.
- Es un programa semanal.

Información sobre la programación infantil

Uno de los objetivos centrales de las normas de la FCC es brindar a los padres y al público en general mayor información sobre la programación educativa, lo que ayudará a los padres a supervisar lo que sus hijos ven en la televisión, e incentivará un diálogo constante entre el público y las televisoras en cuanto al cumplimiento de las últimas con la CTA.

Para lograr el objetivo mencionado, las normas de la FCC requieren que las estaciones comerciales identifiquen al programa educativo al inicio de la transmisión (por ejemplo, con un anuncio verbal o un ícono), y proporcionen información que identifique tales programas a los editores de guías de programas y listas de programación.



Las normas también requieren que las televisoras comerciales presenten ante la Comisión informes trimestrales sobre su programación educativa, y que los pongan a disposición del público. Los titulares de licencias deben presentar a la FCC y colocar en sus archivos de inspección pública un informe trimestral sobre la programación infantil (Formulario FCC 398) que identifique a su programación educativa y que mencione el esfuerzo que hacen por cumplir con sus obligaciones en cuanto a la programación educativa.

Restricción de la transmisión de comerciales

Las normas de la FCC restringen la transmisión de comerciales durante cierta programación infantil, a 10.5 minutos por hora los fines de semana y a 12 minutos por hora los días de semana. Estos requisitos se aplican a las televisoras y radiodifusoras y a los operadores de cable. Estas restricciones se prorratean para los programas que tienen menos de una hora de duración.

La programación del tema en discusión limita sus programas producidos y transmitidos original y principalmente para una audiencia de niños de 12 años y menores.

Las televisoras comerciales tienen la obligación de colocar en sus archivos de inspección pública las certificaciones que indican que han cumplido con los límites requeridos en cuanto a la transmisión de comerciales se refiere, e identificar cualquier exceso.

Al momento que la estación solicite a la FCC la renovación de su licencia, deberá certificar que no sobrepasó el límite estipulado durante el tiempo que tuvo su licencia, o deberá explicar cualquier exceso si corresponde.

###

Los operadores de cable también deben llevar registros para verificar el cumplimiento con las normas, y ponerlas a disposición para inspección pública. Los límites de la transmisión de comerciales no se aplican a las estaciones educativas no comerciales porque dichas estaciones tienen prohibido transmitir comerciales.

El material comercial es más que publicidad. Por ejemplo, un anuncio comercial se refiere principalmente a un producto que no está relacionado al programa, sin embargo, cuando dicho anuncio también hace referencia o incluye ofertas de productos que están relacionados con el programa, entonces la transmisión de tal anuncio comercial durante, antes o después del programa hará que sea un comercial que dure todo el programa. En ese caso, todo el programa será considerado como material comercial. Para evitar esta situación, el comercial relacionado con el programa infantil debe estar separado de dicho programa por un material no relacionado.

Comerciales que usan al personaje o anfitrión de un programa específico (“Host-Selling” en inglés)

Las normas de la FCC prohíben a las televisoras comerciales y no comerciales usar al personaje o anfitrión de un programa específico para promocionar un producto o tema que no guarde relación con el mismo, con la finalidad de confundir al niño que no pueda diferenciar entre el material del programa y el comercial. Una estación no comercial se ve afectada por esta política si transmite un anuncio de patrocinio que tiene las mismas características que aparecen en el programa infantil inmediato.

Para ésta u otra publicación para el consumidor en formato accesible (texto electrónico ASCII, Braille, letra grande, o audio) escríbanos o llame a la dirección o teléfono indicados abajo, o envíe un e-mail a FCC504@fcc.gov.

Haga clic en www.fcc.gov/cgb/emailservice.html para recibir información sobre éste y otros temas de la FCC para el consumidor a través del servicio de suscripción electrónica de la Comisión.

Este documento tiene como único propósito el educar al consumidor y no afectará ningún procedimiento o caso sobre este asunto u otros relacionados.

020716



Federal Communications Commission ■ Consumer & Governmental Affairs Bureau ■ 445 12th St., SW ■ Washington, DC 20554
1-888-CALL-FCC (1-888-225-5322) ■ TTY: 1-888-TELL-FCC (1-888-835-5322) ■ Fax: 1-866-418-0232 ■ www.fcc.gov/cgb